



会社名 J.フロント リテイリング株式会社
 コード番号 3086
 代表者名 代表取締役社長 山本 良一
 お問合せ先 経営戦略統括部
 グループ広報・IR担当
 TEL 03-6895-0178

2013年11月度 J.フロント リテイリング 連結営業報告

1. セグメント別売上高（対前年増減率：％）

	11月度	9～11月度累計
百貨店事業	1.6 (4.3) 注2	▲1.0 (1.6) 注2
パルコ事業	2.0	▲1.3
卸売事業	▲12.5	▲4.0
クレジット事業	18.6	13.0
その他事業	7.9	4.8
連結合計	▲6.2	▲8.5
(除くスーパーマーケット事業)	1.4 注1	▲0.6 注1

注1: 2013年3月度からスーパーマーケット事業を除外しました。前年の連結合計からスーパーマーケット事業を除いた11月度の対前年増減率は1.4%増、9～11月度累計の対前年増減率は▲0.6%減となります。

注2: 百貨店事業の()内は、大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店(いずれも2013年1月31日営業終了)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。

2. 売上高概況

1) 百貨店事業

- ・ 11月度の百貨店事業の売上高は、婦人ウールコートやカシミアのマフラー、ショートブーツなど、冬物のファッション衣料雑貨が好調に推移したほか、ラグジュアリーブランドや絵画、高級時計、宝飾品も大幅に売上を伸ばしたことなどから、大丸松坂屋百貨店合計では対前年5.1%増、関係百貨店を含めた百貨店事業合計では同4.3%増となった。

2) パルコ事業

- ・ 気温の低下とともに冬物衣料が活発に動いたことや、バッグ、ファッション雑貨などの身回品が好調に推移したことに加え、自社カード顧客を対象に各店舗で実施した顧客動員企画では、家具・家電などの高額商品の売上も伸長したことから、パルコ事業全体では対前年2.0%増となった。

3) その他

- ・ 卸売事業の大丸興業は、包装資材や農水産品が売上を伸ばしたものの電子デバイスが苦戦し、対前年▲12.5%減となった。
- ・ クレジット事業のJFRカードは、大丸松坂屋百貨店お得意様ゴールドカードのクレジット化に伴う手数料収入の大幅な増加が寄与し、対前年18.6%増となった。
- ・ その他事業は、松坂屋上野店の改装工事やグループ外の大型内装工事の売上計上により大幅増となったJ.フロント建装が牽引した。

お問合せ先	J.フロント リテイリング株式会社	グループ広報・IR担当
	TEL	03-6895-0178
	FAX	03-6674-7565

2013年11月度 百貨店事業 営業報告

1. 売上高および入店客数（対前年増減率：％）

	11月度		9～11月度累計	
	売上高	入店客数	売上高	入店客数
大丸 心齋橋店	6.4	▲1.0	3.6	▲2.5
大丸 梅田店	3.1	▲0.1	▲4.3	▲6.0
大丸 東京店	3.1	▲6.9	0.3	▲10.3
大丸 浦和パルコ店	2.7	5.2	2.2	3.4
大丸 京都店	1.1	▲2.0	▲0.7	▲3.6
大丸 山科店	0.1	▲0.4	▲1.0	▲1.0
大丸 神戸店	4.7	▲3.9	1.7	▲6.2
大丸 須磨店	10.1	4.9	4.8	2.1
大丸 芦屋店	1.0	1.4	1.1	0.4
大丸 札幌店	4.1	0.4	3.8	0.3
松坂屋 名古屋店	10.4	5.4	6.9	4.3
松坂屋 上野店	4.2	8.8	0.2	2.1
松坂屋 静岡店	6.3	7.5	2.0	0.9
松坂屋 高槻店	▲0.7	3.6	▲2.2	1.6
松坂屋 豊田店	1.8	3.2	▲1.2	1.4
大丸松坂屋百貨店合計	5.1	▲0.2	1.9	▲3.2
博多大丸	▲1.5	▲2.3	▲0.2	▲1.9
下関大丸	▲1.2	▲1.2	▲2.6	▲2.4
高知大丸	0.7	▲0.4	▲1.0	▲2.1
百貨店事業合計	4.3	▲0.4	1.6	▲3.1

(注)・合計は、大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店(いずれも2013年1月31日営業終了)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。
 ・前年に上記3店舗を含めた11月度の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 2.0%増、百貨店事業合計 1.6%増、9～11月度累計の対前年増減率は、大丸松坂屋百貨店合計 ▲1.0%減、百貨店事業合計 ▲1.0%減となります。

2. 大丸松坂屋百貨店 商品別売上高（対前年増減率：％）

	11月度	9～11月度累計
紳士服・洋品	2.8	▲0.3
婦人服・洋品	6.3	1.3
子供服・洋品	8.6	7.4
その他の衣料品	4.0	4.6
衣料品計	5.6	1.5
身回品	10.3	3.2
化粧品	3.4	▲0.1
美術・宝飾・貴金属	30.5	22.8
その他雑貨	7.5	7.1
雑貨計	16.0	10.9
家具	18.1	14.1
家電	▲10.5	▲10.7
その他の家庭用品	0.8	0.3
家庭用品計	4.0	2.7
生鮮	▲2.4	▲1.6
菓子	1.8	0.5
惣菜	1.4	▲0.3
その他食料品	0.8	3.0
食料品計	0.6	0.3
食堂・喫茶	▲1.7	▲4.3
サービス	4.4	18.5
その他	▲10.7	▲10.1
合計	5.1	1.9

(注)・大丸ららぽーと横浜店、大丸新長田店(いずれも2013年1月31日営業終了)、松坂屋銀座店(銀座地区再開発・建替えのため2013年6月30日一旦営業終了)を除く既存店ベース。

3. 売上高概況

・婦人服・洋品は、コート、ニット、マフラーなど冬の主力アイテムが好調であったほか、ラグジュアリーブランドも大幅に売上を伸ばした。紳士服・洋品は、コート、スーツ、ジャケットなどの冬物衣料が好調であった。身回品は、婦人靴ではショートブーツ、紳士靴ではインポートシューズが活発に動いたほか、上野店南館建替えにともなう「売りつくしセール」の開催により、アクセサリーもよく動いた。雑貨は、美術・時計宝飾品が大幅に売上を伸ばした。食料品は、昨年10月に増床グランドオープンした東京店の反動があったものの、本年6月に食品フロアを改装グランドオープンした名古屋店が売上を伸ばし、対前年プラスとなった。